

การสื่อสารทางสังคมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

The Social Communication for the Learning Process Development of Buddhist Organization

วรพันธุ์ แยมหษ์ปภา, พระสุธีรัตนบัณฑิต*

Woraphan Yeamhongpapha, Phra Suthirattanapundit

นักศึกษาลัทธิพุทธศาสนาตรุณบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Doctor of Philosophy Program in Social Development,

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Dissertation Supervisory Committee, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Email : woraphans2555@gmail.com

Received : November 27, 2018

Revised : April 5, 2019

Accepted : April 8, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางสังคมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ขององค์กรทางพระพุทธศาสนา มีวัตถุประสงค์ คือ ๑) เพื่อศึกษาการสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ๒) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้การสื่อสารทางสังคมในการเสริมสร้างการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ๓) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา งานวิจัยนี้ศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) คือ การศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารมวลชน นักการสื่อสารด้านการศึกษา จำนวน ๒๔ รูป/คน จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิงตะวัน และเสถียรธรรมสถาน และการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารจากการสื่อสารขององค์กร ทั้งที่เป็นความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมต่าง ๆ จำนวน ๔๐๐ รูป/คน เพื่อยืนยัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และความพึงพอใจและการใช้ข้อมูลทางสถิติเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าความเชื่อมั่น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

* นายวรพันธุ์ แยมหษ์ปภา, พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร. Mr.Woraphan Yeamhongpapha, Assoc.Prof. Dr.Phra Suthirattanapundit

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า

๑. การสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนาทั้ง ๕ ด้าน ๑) ด้านรูปแบบการสื่อสาร ๒) ช่องทางการสื่อสาร ๓) สารสำคัญของ การสื่อสาร ๔) การสร้างการมีส่วนร่วมของการสื่อสาร และ ๕) การจัดการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา พบว่า องค์กรในฐานะผู้ส่งสารนั้น มีรูปแบบในด้านการสื่อสารที่เหมือนกัน คือ เป็นทั้งการสื่อสารทางเดียว (One - Way Communication) ซึ่งเป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถมี การตอบสนองในทันทีให้ผู้ส่งทราบได้ แต่อาจจะมีปฏิกิริยาสนองกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที เช่น การฟังวิทยุ หรือการชมโทรทัศน์ เป็นต้น และเป็นการสื่อสารสองทาง (Two - Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสดูตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา องค์กรมีการใช้สาร (Message) ที่เหมือนกัน คือใช้สารในการจัดการศึกษา การเผยแผ่ธรรมะ การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในทางกลับกันที่แตกต่างกัน คือ จะเน้นการใช้สาร ไปในเรื่องการพัฒนาสังคม และเรื่องสันติภาพ ใช้สารเป็นตัวก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี และช่วยเยียวยาผู้ป่วยทางใจของคนในสังคม ในด้านช่องทางในการสื่อสาร (Channel) ที่เหมือนกัน เช่นใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อใหม่ หรือโซเชียลมีเดีย

๒. กระบวนการจัดการความรู้การสื่อสารทางสังคมในการเสริมสร้างการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ทั้ง ๕ ด้าน วิเคราะห์ร่วมกับกระบวนการจัดการความรู้ ทั้ง ๗ ขั้นตอน คือ ๑) การบ่งชี้ความรู้ ๒) การสร้างและแสวงหาความรู้ ๓) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ ๔) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ ๕) การเข้าถึงความรู้ ๖) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ๗) การเรียนรู้ จากการศึกษาค้นคว้า ด้านรูปแบบการสื่อสารขององค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$) ด้านการจัดการสื่อสารขององค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) ช่องทางการสื่อสารขององค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) การสร้างการมีส่วนร่วมของการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$)

๓. แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา นั้น ควรมีการถ่ายทอดความรู้ด้านธรรมะสำหรับประชาชนทั่วไป โดยไม่เจาะจงสำหรับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสาร จากแบบจำลองการสื่อสาร S M C R Model ของเดวิด เค. เบอร์โล คือ ผู้ส่ง (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางในการส่ง (Channel) ผู้รับ (Receiver) และเป็นผู้มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นได้ผล

โดยผ่านการจัดการความรู้ ก็คือ คน เทคโนโลยี กระบวนการความรู้ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม โดยใช้หลักทางพระพุทธศาสนาเข้ามาช่วยในการสื่อสารร่วมกับหลักภavana ๔ คือ กายภavana สีลภavana จิตตภavana ปัญญาภavana ซึ่งการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา จะอยู่ภายใต้กรอบของความรู้ ทศนคติ วิถีปฏิบัติ

คำสำคัญ : การสื่อสารทางสังคม, กระบวนการเรียนรู้, องค์กรทางพระพุทธศาสนา

Abstract

The study entitled “Social Communication for the Learning Process Development of Buddhist Organization”, consisted of three main objectives, namely, i) to study the social communication of the Buddhist organizations; ii) to study the knowledge management process of the social communication in strengthening the Buddhism learning of Buddhist organizations; and iii) to present the guidelines for development of Buddhism learning process of Buddhism organizations. This research was conducted by the mixed methodology. For the qualitative one, data were collected by in-depth interview with 24 key informants who were persons of communication management and experts, the education communicators from Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Mahamakut Buddhist University, Cherntawan International Meditation Center, Sathira Dhammasathan, while the quantity study, questionnaires were distributed to 400 listeners and participants from the said Buddhist organizations in respect of knowledge, attitudes and behaviors towards social communication for the learning process Development. The statistical techniques for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The Research Results were concluded as follows:

1. The 5 perspectives of Social communication of Buddhism organization are i) Communication format, ii) Communication Channel, iii) Communication content, iv) Participation created for the communication, and v) Communication management of the Buddhism organization. It was found that the communicators of all Buddhist organizations had the same format of communication. The First format is One-way Communication. This is the one way communication to the receiver with no response back to the

communicator but the receiver will provide the feedback later to the communicator. This communication format, the receiver cannot interact immediately such as radio listening or Television watching. The Second format is Two-way Communication. This is the communication which the receivers have chances to response back to the communicators immediately. The Communicator and receivers may stand in front with each other or stay at different locations but both will be able to negotiate or response each other. The organization will have the same messages which were the education statement, Publication, Education services to public, Maintain art and cultures. In contrast, the organization will focus on the social development and peace statement for catalyzing the coordination of people understanding, support good tradition and cultures and cure the mental patients in society in the same channel such as the use of publication, television, radio, news media or social media.

2. All 5 perspectives of social communication knowledge management process to support the Buddhism learning is being co-analyzed with the 7 steps of knowledge management process, namely, i) Knowledge Identification, ii) Knowledge Creation and Acquisition, iii) Knowledge Organization, iv) Knowledge Codification and Refinement, v) Knowledge Access, vi) Knowledge Sharing, and vii) Learning. From the study, it was found that the organization communication format is excellent ($\bar{x} = 3.79$) the organization communication management is high ($\bar{x} = 4.20$), the communication channel is high ($\bar{x} = 3.60$), the communication participation encouragement is high ($\bar{x} = 4.30$)

3. The guidelines for development of Buddhism learning process of Buddhism organizations revealed that there should have the knowledge sharing for people with no specific group with the theory from the S M C R model by David K. Berlo which explains that the source, the message, the channel of the receiver must have the same attitude, knowledge and social culture background similar to the communicator. This will make the communication success by the knowledge management in human, technology, knowledge process. In order to bring the knowledge from the source to the user and the development and innovation by the Buddhism methodology to improve the communication with the cultivation 4 which are physical development, moral

development, cultivation of the heart; emotional development and cultivation of wisdom; intellectual development. For the development of Buddhism learning process of Buddhism organizations, Bhavana IV i.e. Kaya Bhavana, Sila Bhavana, Citta Bhavana, and Panna Bhavana, should be applied in social communication in respect of knowledge, attitude and practice.

Keywords : The Social Communication, The Learning Process,
The Buddhist Organization

บทนำ

โลกของการสื่อสารในปัจจุบันเกิดขึ้นได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และโทรคมนาคม รวมทั้งระบอบทุนนิยมแบบโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตแบบใหม่ของคนในสังคม รวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในสังคมไทย กระบวนการดังกล่าวได้ถูกผสมผสานเข้ากับสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ค ไลน์ วิทยุและโทรทัศน์ผ่านระบบการสื่อสารต่อผู้รับสาร สิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลให้ องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและข่าวสารอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วคือ การสื่อสาร ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ ดังนั้น การที่จะพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน สิ่งที่มีมองข้ามไม่ได้เลยก็คือเรื่องของสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ^๑

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและวิชาการต่าง ๆ มีการสร้างความเจริญทางวัตถุโดยส่วนมาก ทำให้เกิดการแก่งแย่งแข่งขันภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่มุ่งตอบสนองความต้องการทางวัตถุหรือสิ่งเสพติดทั้งหลาย ไปในทางบริโภคนิยมหรือวัตถุนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับวิถีชีวิตอยู่ภายใต้อำนาจครอบงำของกิเลสและความทะยานอยาก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกบีบคั้นการดำเนินชีวิต ระบบสังคมเช่นนี้ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดความสับสนเรื่องคุณค่าของความดีงาม ทำให้มนุษย์ขาดความสมบูรณ์ในตัวเอง คือ จะต้องประกอบไปด้วยหลักอิทธิบาท ๔ และจะให้สมบูรณ์

^๑ กัลยพัชร ชากร, “การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักกราชเลขาธิการ ศึกษากรณีช่องทางการสื่อสาร” รายงานการศึกษาส่วนบุคคล, (สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ, ๒๕๕๗), หน้า ๑.

ในระดับสูงสุดจะต้องมีหลักภาวนา ๔ ร่วมด้วย ในทางกลับกันความเจริญทางด้านวัตถุดังกล่าวส่งเสริมให้มนุษย์เรียนรู้ในทางที่เห็นแก่ตัว การแสวงหาวัตถุหรือสิ่งเสพ เป็นการเรียนรู้เพื่อสนองกิเลสตัณหาที่มีลักษณะเบียดเบียนตนเองและผู้อื่น มีแต่เพียงกำลังความรู้ทางศาสตร์หรือวิชาการแขนงต่าง ๆ แต่ขาดมิติทางด้านคุณค่าหรือจิตวิญญาณ ซึ่งก่อให้เกิดวิกฤตการณ์ภายในตัวมนุษย์เอง รวมทั้งวิกฤตทางการศึกษา วิกฤตการณ์ทางสังคม วิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งวิกฤตการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้ในการพัฒนากระบวนการสื่อสารของมนุษย์มีความบกพร่อง

การสื่อสารสามารถช่วยสร้างกรอบความคิด การปฏิรูป การประดิษฐ์ การสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบของสารสนเทศ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการรักษาคุณภาพของระบบสังคมอันเนื่องมาจากการสื่อความหมาย จะเห็นความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตอย่างชัดเจนในแต่ละสังคม อิทธิพลการสื่อสารก่อให้เกิดผลกระทบต่องานอย่างเห็นได้ชัดเจน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปัจเจกชน และสังคม จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบและกระบวนการสื่อสารอย่างเร่งด่วน ปัจจุบันมีองค์กรทางพระพุทธศาสนาหลายองค์กรที่นำหลักการสื่อสารทางสังคมมาเป็นกลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ช่วยตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ เสริมสร้างกำลังใจให้คนในสังคม เช่น มหาวิทยาลัยสงฆ์ สำนักปฏิบัติธรรม วัด ศูนย์ต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสู่ประชาคมโลก นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการศึกษาธรรม ปฏิบัติธรรม และเผยแผ่ธรรม เพื่อแบ่งปันความสุข สงบเย็นต่อเพื่อนมนุษย์ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากปัญหา โดยใช้หลักพุทธธรรมนำสังคม นำธรรมะออกสู่สังคมวิถีชีวิตของผู้คนในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร เว็บไซต์ เหล่านี้คือสิ่งที่เอื้อให้ผู้คนได้มาหยุดพักและใช้ธรรมะเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เรียกได้ว่าตลอดเวลาที่เราตื่น เราจะทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การสื่อสารด้วยคำพูด การสื่อสารด้วยตัวหนังสือ การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทางและการสื่อสารมวลชน กิจกรรมต่าง ๆ ที่เราใช้ชีวิตประจำวันนั้น มีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ ไม่เว้นแม้กระทั่งเวลาเรานอนหลับอยู่ ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนา

การที่มนุษย์อยู่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นสังคม ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงการเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐาน เพราะการสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจ และทำความเข้าใจกันได้ มีการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก ทั้งนี้เพื่อจะได้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขเป็นสังคม ต้องอาศัยการสื่อสาร สังคมมนุษย์เกิดจากการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจะรวมคนหลาย ๆ คนให้มาอยู่รวมกัน โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตทางด้าน

สังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน องค์กรทางพระพุทธศาสนาจะต้องนำเสนอข้อมูลที่ทำให้สังคมเกิดการรับรู้และความเข้าใจ โดยอาศัยการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา โดยการสื่อสารนั้น จะต้องดำรงอยู่บนฐานของผลประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อให้เกิดความร่มเย็นเป็นสุขของสังคม

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาในเรื่องของรูปแบบการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร สาระสำคัญของการสื่อสาร การสร้างการมีส่วนร่วม การจัดการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ศึกษากระบวนการจัดการความรู้ และนำเสนอแนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ซึ่งการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรม จะอยู่ภายในกรอบของความรู้ ทักษะคิด วิถีปฏิบัติ

วัตถุประสงค์

- ๑) ศึกษาการสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
- ๒) ศึกษากระบวนการจัดการความรู้การสื่อสารทางสังคมในการเสริมสร้างการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
- ๓) นำเสนอแนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Reserch) โดยการผสมผสานระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ให้สอดคล้องกับปัญหาและครอบคลุมแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร และกระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์ในการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิด และความพึงพอใจ การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การจัดการความรู้ สำหรับพื้นที่วิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (In-depth Interviews) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interviews) แบบเจาะจง จำนวน ๒๔ รูป/คน คือ ๑. ผู้บริหารศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จำนวน ๔ รูป/คน ๒. ผู้บริหารเสถียรธรรมสถาน จำนวน ๕ รูป/คน ๓. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จำนวน ๖ รูป/คน ๔. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำนวน ๕ รูป/คน ๕. ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการสื่อสารทางสังคม จำนวน ๔ รูป/คน

ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามผู้ที่มาปฏิบัติธรรม พระภิกษุสงฆ์ สามเณร นิสิต นักศึกษา ทั้งเพศหญิงและชาย ที่มารับบริการจากองค์กรทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๔ องค์กร เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทักษะคิด ความพึงพอใจ ต่อรูปแบบการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

ประกอบด้วย ๑. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ๓. ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน ๔. เสถียรธรรมสถาน รวมทั้งสิ้น จำนวน ๔๐๐ รูป/คน

ผลการศึกษา

๑. การสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา การสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยกำหนดการวิเคราะห์ออกเป็น ๕ ด้าน คือ ๑) รูปแบบการสื่อสาร ๒) ช่องทางการสื่อสาร ๓) สารสำคัญของการสื่อสาร ๔) การสร้างการมีส่วนร่วมของการสื่อสาร และ ๕) การจัดการสื่อสารขององค์กร ดังนี้

๑) รูปแบบการสื่อสาร พบว่า องค์กรมีรูปแบบการสื่อสารทางสังคม เป็นทั้งแบบทางเดียว (One-Way communication) และแบบสองทาง (Two-Way communication) มีจุดเด่นในด้านการเผยแพร่ธรรมะ การจัดการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการส่งเสริมพระพุทธศาสนาและบริการสังคม องค์กรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายการบริหารเป็นไปในทางเดียวกัน มีอิสระและความคล่องตัวในการบริหารจัดการ มีการถ่ายทอดข้อมูลระหว่างสมาชิกในองค์กรภายใน รวมถึงการสื่อสารเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ทางพระพุทธศาสนาแก่ผู้สนใจ โดยมีกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เช่น ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสาร และตัวสาร จากองค์กรไปยังผู้รับบริการ จนสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ มีทัศนคติ และวิถีปฏิบัติที่ดี รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกภายในองค์กร สิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในเรื่องของการเผยแพร่ธรรมะแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทั้งในและนอกสถาบัน โดยมีการจัดเทศน์ บรรยาย อภิปราย สนทนา การปาฐกถาธรรมทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นศูนย์ปฏิบัติธรรม เป็นที่ส่วนรวมเพื่อพุทธศาสนิกทุกเพศ ทุกวัย นอกจากนี้ยังเป็นสถานบันการศึกษาทางเลือกเพื่อการพัฒนาตามปรัชญาพุทธเศรษฐศาสตร์ องค์กรมีแนวคิดที่มุ่งเน้นการใช้ชีวิตให้อยู่อย่างมีความหมาย ตายอย่างมีคุณค่า โดยเฉพาะการนำธรรมะมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต และการละ วาง ความยึดมั่นถือมั่น

จากการวิเคราะห์ผู้ที่มารับบริการขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในด้านรูปแบบการสื่อสาร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.12) คือ ผู้รับบริการมีความสนใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสนใจในการเข้าร่วมรับฟังบรรยายความรู้ทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงพุทธศาสนาซึ่งกันและกัน เมื่อได้รับความรู้แล้วก็มักจะเชิญชวนให้ผู้อื่นมาร่วมกิจกรรมด้วย ทั้งนี้ถือเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ขององค์กรทั้งสองฝ่าย คือ ตัวองค์กรเอง และผู้เข้ารับบริการได้รับรู้ถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ขององค์กร

๒) ช่องทางการสื่อสาร พบว่า องค์กรมีช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทาง ในกรณีที่เป็น การสื่อสารภายในองค์กร จะสื่อสารในเรื่องของงานสารบรรณ จะส่งผ่านระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และระบบออนไลน์ อีเมล เฟสบุ๊ก และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึงการรับสารจากหน่วยงานภายนอกก็ผ่านช่องทางนี้เช่นกัน ซึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารทางสังคมในภาพใหญ่นั้น มีการสื่อสารทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเพื่อการศึกษาและเผยแพร่ธรรมะ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรและคณะสงฆ์ รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนทางไกลไปยังวิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ นอกจากนี้ ยังมีการจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่ธรรมทางพระพุทธศาสนา และเป็นเวทีหรือช่องทางสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ เพื่อสื่อสารกับพระนิสิต และญาติธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า องค์กรได้ใช้ช่องทางการสื่อสารทางสังคม โดยผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้น เช่น โครงการอบรมประชาชน จัดบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน จัดอบรม บรรยาย อภิปราย ปาฐกถา สนทนา สัมมนาเกี่ยวกับศีลธรรม จริยธรรมตามโอกาสต่าง ๆ มีการจัดพิมพ์วารสารเผยแพร่ธรรม โดยเผยแพร่ผ่านหนังสือพิมพ์และวารสารอื่น ๆ ในรูปของบทความ นวนิยาย และสารคดี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดพิมพ์พระไตรปิฎกและอรรถกถา ตำรา หนังสือ เอกสาร แผ่นพับ ทางพระพุทธศาสนา จำหน่ายและแจกจ่ายแก่ประชาชนทั่วไป รวมทั้งจัดทำเทปบันทึกเสียง บันทึกภาพยนตร์เกี่ยวกับธรรมะออกเผยแพร่ การให้บริการให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาชีวิตครอบครัวและสังคม ซึ่งการสื่อสารจะใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ธรรมะต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกิดการประพฤติปฏิบัติเพื่อดับทุกข์ โดยใช้นโยบายว่า เข้าใกล้ เข้าใจ และเข้าถึงด้วยถ้อยคำที่เข้าใจง่าย และมีสาระโดนใจผู้ฟัง จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป เพื่อให้ธรรมะกลับไปอยู่ในหัวใจของผู้คนในทุกช่วงวัยตั้งแต่เกิดจนตาย

จากการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.19) โดยผู้รับบริการสามารถรับรู้กิจกรรมทางพระพุทธศาสนาทางสื่อประชาสัมพันธ์ และเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม และจะติดตามข่าวสารทางพระพุทธศาสนาจากสื่อเทคโนโลยีเป็นหลัก รองลงมาจะเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมจากการพูดเชิญชวนจากเพื่อน

๓) สาระสำคัญของการสื่อสาร พบว่า เป็นองค์กรที่พัฒนาคน เน้นความเป็นเลิศทางด้านพระพุทธศาสนา ผลิตบัณฑิตและพัฒนามนุษย์ให้มีศักยภาพที่จะพัฒนาตนเองให้เพียบพร้อมด้วยคุณธรรม การจัดการเรียนการสอนให้สามารถตอบสนองการพัฒนาตามนโยบายของรัฐและคณะสงฆ์ในเรื่องการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยมุ่งกระจายโอกาสและการสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสังคม ทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะการให้โอกาสแก่ผู้เรียนในท้องถิ่นเข้ามาศึกษา เรียนรู้ เพื่อยกฐานะทางสังคมให้แก่บุคคล โดยมีการกำหนดเป้าหมายของการบริการวิชาการแก่สังคม การศึกษาแก่พระภิกษุ สามเณร

เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ องค์กรมีการปรับภาพลักษณ์ของตนเองใหม่ให้เป็นท่าทีใหม่แห่งการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุกมากขึ้น มีการปรับภูมิทัศน์ภายในองค์กร ที่เป็นลานปฏิบัติธรรม ลานปริศนาธรรม พิพิธภัณฑ์หอศิลป์ ที่มีปริศนาธรรมแฝงอยู่ด้วย นอกจากนี้ยังจัดทำเป็นแปลงพุทธเกษตรอินทรีย์ โรงใส่เดือน โรงเพาะเห็ดอาร์มณดี โรงทำน้ำหมักชีวภาพ และอาคารศูนย์บาท ซึ่งเป็นการเปลี่ยนขยะให้เป็นเงิน ซึ่งถือว่าเป็นการบูรณาการการสื่อสารทางสังคมอีกแบบหนึ่งเช่นกัน

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับสาระสำคัญของการสื่อสาร พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = ๔.๓๐$, S.D. = ๐.๐๗) โดยผู้รับบริการเลือกเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อองค์กรทางพระพุทธศาสนา มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรต้องเลือกนำเสนอเฉพาะเนื้อหาที่ถูกต้องและเป็นความจริงตามหลักพระพุทธศาสนา และการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้รับความเข้าใจ ผู้สื่อสารควรตั้งใจฟังและสังเกตปฏิกิริยาของผู้รับเป็นสิ่งสำคัญ การแสวงหาความกระจ่างในเรื่องที่จะถ่ายทอดก่อนที่จะทำการติดต่อสื่อสารออกไปเพื่อช่วยให้การติดต่อสื่อสารชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ องค์กรควรพิจารณาเนื้อหาทางพระพุทธศาสนาในการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เวลา และสถานที่ เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องเหมาะสม

๔) การสร้างการมีส่วนร่วมของการสื่อสาร พบว่า องค์กรใช้การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้เกิดการรับรู้ และเปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เชื่อมโยงความคิดและความรู้สึก เพื่อให้เกิดการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน รวมทั้ง เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคลากรภายใน และบุคคลภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดความรู้ แนวปฏิบัติที่ดีในการขับเคลื่อน ส่งเสริมให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การสื่อสารขององค์กรมีหลายระดับ ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร โดยที่ผู้บริหารจัดระบบการทำงานเชิงบูรณาการแบบมีส่วนร่วมให้บุคลากรทุกคนในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเสนอแนวทางปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เน้นการศึกษาทางวิชาการด้านพระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ มีภารกิจในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและสมรรถภาพ มีความรู้คู่คุณธรรม ให้การบริการวิชาการทางพระพุทธศาสนาแก่ชุมชนอย่างกว้างขวาง และเป็นศูนย์กลางแห่งการแสวงหาความรู้วิชาการพระพุทธศาสนา เป็นชุมชนเพื่อการเรียนรู้ ส่งเสริมการศึกษาและปฏิบัติธรรมะ สร้างธรรมทูตให้มีความเข้าใจเรื่องทุกข์และการพ้นทุกข์ตามหลักไตรลักษณ์ สามารถนำพุทธธรรมมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและช่วยเหลือผู้อื่น รวมทั้งงานวิจัยสร้างองค์ความรู้เรื่องพระพุทธศาสนากับการเยียวยาสังคม

การสร้างการมีส่วนร่วมของการสื่อสาร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = ๔.๓๐$, S.D. = ๐.๑๐) คือ การแก้ปัญหาจำเป็นต้องมีการพบและเกี่ยวข้องกันในการติดต่อสื่อสารเพื่อร่วมกันแก้ปัญหา

ควรให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรม รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลหลายคน ย่อมดีกว่าความคิดเห็นของบุคคลเพียงคนเดียว องค์กรต้องมีการประสานงานและการมอบหมายงานตามหน้าที่ ผู้บริหารควรกระตุ้นให้เกิดความชื่นชมและความจงรักภักดีต่อองค์กรด้วยการเปิดโอกาสให้ซักถาม และให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานขององค์กร

๕) การจัดการสื่อสารขององค์กร พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารงานขององค์กร โดยเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของบุคคลภายในองค์กรให้เกิดการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ เป็นทั้งปัจจัยและทรัพยากรที่จะใช้ในการบริหารจัดการองค์กร เช่น การตัดสินใจ การสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การสร้างความเจริญและพัฒนาองค์กร การควบคุมและประสานงาน เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มการฝึกอบรม การสร้างบรรยากาศการทำงาน การควบคุมสั่งงาน และการสร้างความพอใจ มีการศึกษาวิจัยและพัฒนางานวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านวิชาการพระพุทธศาสนาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม ทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคมในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการสื่อสารขององค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๒๐$, S.D. = ๐.๑๘) พบว่า องค์กรทางพระพุทธศาสนามีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระศาสนาให้กับพุทธศาสนิกชน เพื่อพัฒนาจิตใจ บุคลากรในองค์กรทางพระพุทธศาสนาจะต้องมีความสุภาพอ่อนน้อม เป็นกัลยาณมิตรในการจัดการสื่อสาร จะช่วยในการตัดสินใจเรื่องการทำงาน รวมทั้งช่วยในการตัดสินใจเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน

๒. การจัดการความรู้และการสื่อสารทางสังคมในการเสริมสร้างการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) ทั้ง ๗ ขั้นตอน มาวิเคราะห์ ดังนี้

๑) การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) พบว่า องค์กรมีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการส่งเสริมพระพุทธศาสนาและบริการสังคม มีการถ่ายทอดข้อมูลระหว่างสมาชิกในองค์กรภายใน และบุคคลภายนอก โดยมีกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เช่น ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสาร และตัวสาร และเรื่องราวต่าง ๆ จนเกิดการเรียนรู้การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกในองค์กร มีการจัดเทศน์บรรยาย อภิปราย สนทนา การปาฐกถาธรรมทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ เป็นศูนย์ปฏิบัติธรรม เป็นสถาบันการศึกษาทางเลือกเพื่อการพัฒนาตามปรัชญาพุทธเศรษฐศาสตร์ เป็นสถานปฏิบัติธรรมแบบธรรมชาติ

๒) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) พบว่า เป็นการสร้างความรู้ใหม่ การแสวงหาความรู้จากภายนอก การรักษาความรู้เดิม การแยกความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้วออกไป ซึ่งมีหลายแนวทาง เช่น องค์กรได้มีการนำบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ต่างกันมาประชุม และทำงานร่วมกัน การจ้างคนที่มีความรู้มาทำงานในองค์กร การจ้างที่ปรึกษา

๓) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) พบว่า องค์กรมีการจัดการความรู้ทางการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา คือ การพัฒนาคน เน้นความเป็นเลิศทางด้านพระพุทธศาสนา การผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากร โดยมุ่งความเป็นเลิศทางวิชาการด้านพระพุทธศาสนา เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การให้โอกาสแก่ผู้เรียนในท้องถิ่นเข้ามาศึกษาเรียนรู้ เพื่อยกฐานะทางสังคมให้แก่บุคคลเพิ่มขึ้น มีการกำหนดเป้าหมายของการบริการทางการศึกษา แก่พระภิกษุ สามเณร ประชาชน เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน มีการพัฒนาการของการสื่อสารทางสังคมโดยผ่านกรอบพันธกิจของมหาวิทยาลัยทั้ง ๔ ด้าน คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม องค์กรมีการปรับภาพลักษณ์ของตัวเองใหม่โดยปรับเปลี่ยนเป็นท่าทีใหม่แห่งการเผยแผ่พระพุทธศาสนาจากเชิงรับเป็นเชิงรุก นอกจากนี้ ยังพบว่า องค์กรได้ใช้การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลา พัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร ใช้การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม

๔) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) พบว่า องค์กรมีการจัดการสื่อสารขององค์กร โดยเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของบุคคลภายในองค์กรให้เกิดการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ เป็นทั้งปัจจัยและทรัพยากรที่จะใช้ในการบริหารจัดการองค์กร ได้นำการสื่อสารทางสังคมไปใช้ในกิจกรรมขององค์กร เช่น การตัดสินใจ การสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านการควบคุมและประสานงาน เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มการฝึกอบรม การสร้างบรรยากาศการทำงาน การควบคุมสั่งงานและการสร้างความพอใจ มีการศึกษาวิจัยและพัฒนางานวิชาการ เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านวิชาการพระพุทธศาสนาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม ทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคมในปัจจุบัน เช่น การส่งเสริมและการให้บริการวิชาการทางพระพุทธศาสนาแก่สังคม โดยใช้กระบวนการเรียนรู้พระพุทธศาสนาผ่านกิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นเวทีเรียนรู้ อบรม บ่มเพาะและปลูกฝังคุณค่าที่ดีงามตามหลักศีลธรรมในพระพุทธศาสนา การจัดการสื่อสารขององค์กร บางองค์กรมีลักษณะเป็นกระบวนการ ซึ่งเป็นการผ่านข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจเพื่อที่จะให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง

กับโครงสร้างขององค์กร ไม่เน้นสายงานการบังคับบัญชา แต่มีรูปแบบและกระบวนการสื่อสารตามลักษณะกิจกรรมขององค์กร

๕) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) พบว่า องค์กรมีช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทาง เช่น ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ อีเมล เฟสบุ๊ก และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม สถานีวิทยุกระจายเสียง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ช่องทางการสื่อสารทางสังคม โดยผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โครงการอบรมประชาชน โครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน จัดอบรม บรรยาย อภิปราย ปาฐกถา สนทนา สัมมนาเกี่ยวกับศีลธรรม จริยธรรม ตามโอกาสต่าง ๆ การจัดพิมพ์วารสาร หนังสือพิมพ์และวารสารอื่น ๆ ในรูปของบทความ นวนิยาย และสารคดี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดพิมพ์พระไตรปิฎกและอรรถกถา ตำรา หนังสือ เอกสาร แผ่นพับ ทางพระพุทธศาสนา ออกจำหน่าย หรือแจกจ่ายแก่ประชาชนทั่วไป รวมทั้งจัดทำเทปบันทึกเสียง บันทึกภาพละคร ภาพยนตร์ เกี่ยวกับธรรมะออกเผยแพร่ การให้บริการให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาชีวิตครอบครัว และสังคม

๖) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานมาแลกเปลี่ยนเคล็ดลับ เทคนิคการทำงาน เทคนิคการแก้ปัญหา หรือปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน สำหรับความรู้ที่ชัดเจน Explicit Knowledge โดยจัดทำเป็น เอกสาร ฐานความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนความรู้ที่ฝังในตัวคน Tacit Knowledge จัดทำเป็นระบบทีมข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม ชุมชนนักปฏิบัติ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัว ผู้เชี่ยวชาญจากที่หนึ่งไปปฏิบัติงานในที่หนึ่ง เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นต้น

๗) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันแลกเปลี่ยนหรือสืบค้นไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน แล้วเกิดความรู้ใหม่นำมาเข้าระบบจัดเก็บหรือแบ่งปันแลกเปลี่ยน ก็จะได้องค์ความรู้ใหม่ให้ใช้ประโยชน์ต่อไปได้เรื่อย ๆ ทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่น เกิดระบบการเรียนรู้จากวงจร “สร้างองค์ความรู้ > นำความรู้ไปใช้ > เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่” และหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า องค์กรใช้การสื่อสารทางสังคมโดยมีคุณลักษณะทางพระพุทธศาสนาเพื่อสังคม เป็นชุมชนเพื่อการเรียนรู้ ส่งเสริมการศึกษาและปฏิบัติธรรม เริ่มจากโครงการเพื่อการสงเคราะห์สร้างธรรมทูตให้มีความเข้าใจเรื่องทุกข์และการพ้นทุกข์ตามหลักไตรลักษณ์ สามารถนำพุทธธรรมมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและช่วยเหลือผู้อื่นในเรื่องชีวิตและความตาย สร้างจิตวิญญาณของจิตอาสา สร้างองค์กรให้เป็นศูนย์การเรียนรู้พระพุทธศาสนา รวมทั้งงานวิจัยสร้างองค์ความรู้เรื่องพระพุทธศาสนากับการเยียวยาสังคม และเผยแผ่พระพุทธศาสนา

๓. แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา การพัฒนา (Development) คือ กระบวนการที่ต่อเนื่อง ซึ่งแสดงความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมการดำรงชีพของเขาจากอดีตจนถึงปัจจุบันให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งเขาได้รวบรวมแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาว่า ต้องมุ่งเน้นไปยังความสามารถในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในอนาคต ความสามารถของตัวบุคคลในการช่วยเหลือตนเอง และความสามารถในการควบคุมตัวเอง^๒

การพัฒนา เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มนุษย์ต้องการทำให้ดีขึ้นตามความคิด ของตน กระบวนการนั้นจะไม่ใช้สภาวะการณ์ใดสภาวะการณ์หนึ่งกระบวนการจะอ้างอิงถึงค่านิยมต่าง ๆ เป็นพื้นฐาน และค่านิยมต่าง ๆ นั้น ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนา^๓

การพัฒนา เป็นการมีเป้าหมายที่ถูกต้อง ซึ่งมีความสำคัญมากและเป็นสิ่งจำเป็นจนอาจกล่าวได้ว่าเป็นหนทางเพิ่มขึ้นที่มีค่า^๔

การพัฒนา เป็นการเจริญขึ้นของระดับองค์กรทางสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการทำลายรูปแบบของโครงสร้างทางสังคมแบบเก่า และการเปลี่ยนแปลงจะเริ่มจากการจัดระบบในส่วนบนขององค์กรแล้วแผ่ขยายซึ่มลงสู่ส่วนล่าง และดำเนินเรื่อยไปจนครอบคลุมองค์อย่างกลมกลืน^๕

กระบวนการเรียนรู้พุทธธรรม องค์กรควรมีการถ่ายทอดความรู้ด้านธรรมะสำหรับประชาชนทั่วไป โดยไม่เจาะจงสำหรับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสาร S M C R Model ของเดวิด เค. เบอร์โล เป็นพื้นฐานสำคัญ คือ ๑) ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ๒) ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร ๓) ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง วิธีการที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับข่าวสารข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕ หรือเพียงส่วนใด

^๒ Constantino. R., **The Challenge of the Churches**, (Paper Presented During the First Gregorio Aplipay Lecture on Nationalism, Manila, Philippines, May 18, 1984), p.112.

^๓ Misra R.P. and Jonjo. M. (ed.), **The Changing Perspective of Development Problems In Misra**, (Hong Kong : Maruzen Investment (Hong Kong), 1981), p.111.

^๔ Freire. P., **Education : The Practice of Freedom**, (London : Writers and Readers Publishing Cooperative, 1972), p. 110.

^๕ Fred W. Riggs., **"Modernization and Political Problems : Some Developmental Prerequisites"** **Development Nations : Guest for A Model (Beling and Toten)**, (New York : Van Nostran Reinhold, 1970), p. 110.

ส่วนหนึ่ง เช่น การฟัง การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น ๔) ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะ ความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการถอดรหัส (Decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับ ความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อสารนั้น ได้ผล โดยผ่านการจัดการความรู้ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ ก็คือ คน ซึ่งถือว่าเป็น องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เทคโนโลยี ซึ่งเป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่ายและ รวดเร็วขึ้น และกระบวนการความรู้ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการ โดยนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม โดยใช้หลักทางพระพุทธศาสนาเข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น หลักภavana ๔ ซึ่งหมายถึง การเจริญ, การทำให้เป็นใหม่ขึ้น, การฝึกอบรม, การพัฒนา ประกอบด้วย ๑) กายภavana (การเจริญกาย, พัฒนากาย, การฝึกอบรมกาย) ให้รู้จักติดต่อกับสิ่งทั้งหลายภายนอก ทางอินทรียทั้งห้าด้วยดี และปฏิบัติต่อสิ่งเหล่านั้นในทางที่เป็นคุณ มิให้เกิดโทษ ให้กุศลธรรมงอกงาม ให้อกุศลธรรมเสื่อมสูญ, การพัฒนาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ๒) สีลภavana (การเจริญศีล, พัฒนาความประพฤติ, การฝึกอบรมศีล) ให้ตั้งอยู่ในระเบียบวินัย ไม่เบียดเบียนหรือก่อความเดือดร้อน เสียหาย อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยดี เกื้อกูลแก่กัน ๓) จิตภavana (การเจริญจิต, พัฒนาจิต, การฝึกอบรมจิตใจ) ให้เข้มแข็งมั่นคงเจริญงอกงามด้วยคุณธรรมทั้งหลาย เช่น มีเมตตากรุณา ขยันหมั่นเพียร อดทนมีสมาธิ และสดชื่น เบิกบาน เป็นสุขผ่องใส ๔) ปัญญาภavana (การเจริญปัญญา, พัฒนาปัญญา, การฝึกอบรม ปัญญา) ให้รู้เข้าใจสิ่งทั้งหลายตามเป็นจริง รู้เท่าทันเห็นโลกและชีวิตตามสภาวะ สามารถทำจิตใจให้เป็น อิสระ ทำตนให้บริสุทธิ์จากกิเลสและปลอดพ้นจากความทุกข์ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยปัญญา โดยที่ การพัฒนากระบวนการเรียนรู้พุทธธรรมนี้จะอยู่ภายในกรอบของความรู้ ทัศนคติ วิธีปฏิบัติ เป็นต้น^๖

อภิปรายผลการวิจัย

องค์ประกอบและสภาพทั่วไปของการสื่อสารทางสังคมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา จะเห็นได้ว่าการสื่อสารในองค์กรดังกล่าวเป็นช่องทางประโยชน์ต่อการพัฒนาเมื่อบุคคลทั้งสองฝ่ายมีการรับรู้ ความต้องการ และทัศนคติอย่างเดียวกันให้สำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย ๑) ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร (Sender) ๒) ผู้รับข้อมูลข่าวสาร (Receiver) ๓) ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) สอดคล้องกับทัศนีย์ เจนวิถีสุข^๗ ได้ทำการวิจัย เรื่อง

^๖ งบ.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๗๙/๑๔๔.

^๗ ทัศนีย์ เจนวิถีสุข “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔), หน้า บทคัดย่อ.

การศึกษาการสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารที่มีผลมากในการส่งผลกระทบกระเทือนถึงสังคม หรือมีส่วนเกี่ยวข้อง สนับสนุน หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม คือ การสื่อสารมวลชน ส่วนการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลและสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของสังคมเป็นสำคัญ ทั้งในระดับปัจเจก และระดับสังคมในลักษณะการร่วมกันเป็นสังคมโดยรวม สอดคล้องกับวชิรพัชร วาฤทธิ และคณะ^{๑๖} ที่ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยุคปัจจุบัน พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธศาสนาของคนรุ่นใหม่ได้ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด รูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในภาพรวม พบว่าใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ และนำเสนอด้วยภาพวิดีโอ โดยใช้การสื่อสารผ่านเว็บไซต์แบบไม่พร้อมกันระหว่างบุคคลกับหลายคน ด้านเนื้อหาที่ต้องการเปิดรับคือ ข่าวสารเกี่ยวกับพุทธศาสนา โดยใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการในการสื่อสารเป็นหลัก นอกจากนี้ผลวิจัยยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ติดตามข่าวสารด้านพุทธศาสนาทางสื่อออนไลน์โดยยึดติดกับตัวบุคคล รูปแบบการนำเสนอต้องมีความน่าสนใจเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดเรียงเนื้อหาที่ยากต้องทำให้เข้าใจง่าย การคัดประเด็นด้านพุทธศาสนาควรเลือกให้สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตประจำวัน การสื่อสารออนไลน์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่ม สอดคล้องกับสุภาภรณ์ คัลยาณานัน^{๑๗} ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา ผลการวิจัยพบว่า สภาพทั่วไปของการพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารของผู้บริหารประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดความรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำในการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุ อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาของสังคมไทย อยู่ในระดับมาก การสื่อสารของผู้นำเป็นสาเหตุของพัฒนาสถานการศึกษา อยู่ในระดับมาก พระพุทธศาสนาเข้าไปมีบทบาทเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารของผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก และประเด็นข้ออื่น ๆ เช่น การได้รับความรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำในการสื่อสารผ่านสื่อ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารในองค์กรผ่านสื่อต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นช่องทางการพัฒนา เมื่อบุคคลทั้งสองฝ่ายมีการรับรู้ความต้องการ และทัศนคติอย่างเดียวกันให้สำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้อง

^{๑๖} วชิรพัชร วาฤทธิ และ คณะ “รูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยุคปัจจุบัน”, รายงานการวิจัย, (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๕๗), หน้า บทคัดย่อ.

^{๑๗} สุภาภรณ์ คัลยาณานัน “การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า บทคัดย่อ.

กับชลวิทย์ เจียรจิตต์^{๑๐} ทำการวิจัย เรื่อง องค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยยุคปฏิรูป ผลการศึกษาพบว่า ประการที่หนึ่ง พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าประชาชนมีความคาดหวังต่อองค์กรทางพระพุทธศาสนาอยู่ในระดับมาก ในส่วนขององค์กรทางพระพุทธศาสนาพระสงฆ์ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในด้านการศึกษาคควรพัฒนาการจัดโรงเรียนสงเคราะห์วันอาทิตย์ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือควรพัฒนาการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา และการพัฒนาโรงเรียนสาธิต ประจำมหาวิทยาลัยสงฆ์ ประการที่สอง การดำเนินงานขององค์กรทางพระพุทธศาสนามุ่งเน้นการทำงานตามหลักพันธกิจคณะสงฆ์ ๖ ประการ ได้แก่ (๑) การปกครอง (๒) การศาสนศึกษา (๓) การศึกษาสงเคราะห์ (๔) การสาธารณูปการ (๕) การเผยแผ่ และ (๖) การสาธารณสงเคราะห์ ประการที่สาม องค์กรทางพระพุทธศาสนาควรกระจายอำนาจ การปกครองออกสู่ภูมิภาค และให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารทางสังคมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ดังนี้

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) การบริหารการสื่อสารกับคนต่างรุ่น เพื่อให้ผู้สื่อสารมีความเข้าใจและสามารถเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนแต่ละรุ่น เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร ดังนี้

(๑)การสื่อสารกับกลุ่ม Baby Boomer นอกจากการใช้สื่อแบบดั้งเดิมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการแล้ว ควรเน้นการพูดคุยแบบ Face to Face Communication ด้วย เพื่อเป็นการให้เกียรติและตระหนักในคุณค่าและประสบการณ์ทำงานที่กลุ่มคนกลุ่มนี้ได้สั่งสมมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ควรเป็นผู้รับฟังที่ดี เมื่อกลุ่ม Baby Boomer ถ่ายทอดประสบการณ์ในอดีต ความผูกพันในการทำงานจนผ่านพ้นความยากลำบากมาได้ เพราะสิ่งนั้นคือ สิ่งที่คนรุ่นหลังไม่มีและไม่รู้จัก การที่พวกเขาทำงานอยู่จนถึงวัยที่เกษียณนั้น เป็นเพราะพวกเขายึดถือวัฒนธรรมองค์กร เห็นคุณค่าต่อการทำงานอย่างทุ่มเท และเชื่อมั่นในคุณค่าของความมั่นคง

(๒)การสื่อสารกับกลุ่ม Generation X ผู้สื่อสารควรบอกเป้าหมายของงานให้ชัดเจน เพราะกลุ่มนี้ ชอบความตรงไปตรงมา ทั้งนี้ หากเป็นเรื่องที่ต้องการให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน หรือเป็นเรื่องที่สำคัญ ผู้สื่อสารสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่กับคนกลุ่มนี้ได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร การประชุม intranet e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์

^{๑๐} ชลวิทย์ เจียรจิตต์ “องค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยยุคปฏิรูป”, วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ปีที่ ๑๙ (มกราคม-ธันวาคม ๒๕๕๙) : ๖๐-๖๑.

(๓) การสื่อสารกับกลุ่ม Generation Y เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่สามารถใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น internet, intranet, e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์ คนกลุ่มนี้มีความพึงพอใจมากกับช่องทางที่เป็นสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลถึงบุคคลได้อย่างรวดเร็ว ผู้รับ-ผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด หรือความรู้สึกถึงกันได้ง่าย ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ อาจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงานได้

๒) การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร

(๑) ควรเสริมสร้างให้มีความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมถึงเรียนรู้ เข้าใจในความเหมือนและแตกต่าง ทั้งต่างวัย ต่างรุ่น (Generation) หรือต่างวัฒนธรรม

(๒) ควรมีการบูรณาการความรู้และเข้าใจในศาสตร์หลายด้าน เนื่องจากความรู้เพียงด้านเดียวไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาได้ปัญหาหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๓) ต้องเติมความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาทางเลือกใหม่ ๆ

(๔) ควรปลูกฝังเรื่องจริยธรรม คุณธรรมในทุกแง่มุมของการทำงาน

๓) การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร ต้องยึดถือตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม จะทำให้เกิดความเชื่อว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมาย

๔) การบูรณาการการสื่อสารองค์กรทุกประเภท ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเข้าด้วยกัน มุ่งเน้นและส่งเสริมประสิทธิภาพของการบริหาร ที่ผสมผสานการใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สภาพแวดล้อม สถานที่ และเวลา

๒. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

๑) ควรใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการปฏิบัติงาน และได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กร ในขณะเดียวกันการสื่อสารแบบนี้จะทำให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน

๒) ควรจัดให้มีการสื่อสารองค์กรแบบเครือข่าย (Communication Network) การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและหน่วยงานที่มีระยะห่างไกลได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ

๓) ควรนำเทคนิคการบริหารงาน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในกระบวนการขององค์กรโดยการสอบถามความคิดเห็นและรับฟังความเห็นต่าง ๆ

๔) ควรมีการพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

(๑) การเป็นผู้ฟังที่ดี

(๒) การเป็นผู้ตอบสนองที่ดี

(๓) การพัฒนาทักษะการสื่อสารที่ดี

๓. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยสรุปข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

๑) การศึกษาวิจัยการสื่อสารทางสังคมขององค์กร ควรให้ผู้บริหารและบุคลากรทุกภาคส่วนในองค์กรมีส่วนร่วม

๒) การศึกษาวิจัยการสื่อสารทางสังคม ควรเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลา และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

๓) ควรศึกษาวิจัยนวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ ให้เข้ากับยุคสมัย

๔) ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับองค์กรทางพระพุทธศาสนา เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

บรรณานุกรม

กัลยพัชร ชากร. “การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักกราชเลขาธิการ ศึกษากรณี
ช่องทางการสื่อสาร” รายงานการศึกษาส่วนบุคคล. สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์
วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ, ๒๕๕๗.

ชลวิทย์ เจียรจิตต์. “องค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยยุคปฏิรูป”. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ ๑๙ (มกราคม-ธันวาคม ๒๕๕๙) : ๖๐-๖๑.

ทัศนีย์ เจนวิถีสุข. การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖.

พระมหาสุวัฒน์ เพ็ชรรักษา. “กลยุทธ์การสื่อสารธรรมะเพื่อพัฒนาเยาวชน กรณีศึกษาค่ายคุณธรรมและ
ศูนย์การเรียนรู้พระพุทธศาสนา”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาและวัฒนธรรม
เพื่อการสื่อสารและการพัฒนา), บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๕๖.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

วสิษฐพัชร วาฤทธิ และ คณะ. “รูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยุคปัจจุบัน”.

รายงานการวิจัย. สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๕๗.

สุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี. “การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗.

Constantino. R. **The Challenge of the Churches**. Paper Presented During the First Gregorio Aplipay Lecture on Nationalism, Manila, Philippines, May 18, 1984.

Misra R.P. and Jonjo. M. (ed.). **The Changing Perspective of Development Problems In Misra**. Hong Kong : Maruzen Investment (Hong Kong), 1981.

Freire. P. **Education : The Practice of Freedom**. London : Writers and Readers Publishing Cooperative, 1972.

Fred W. Riggs. “Modernization and Political Problems : Some Developmental Prerequisites” **Development Nations : Guest for A Model (Beling and Toten)**. New York : Van Nostran Reinhold, 1970.